

## **Princípios Teórico-Metodológicos para entrever Mediação e Mídiatização<sup>1</sup>**

Vilso Junior SANTI<sup>2</sup>

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

### **RESUMO**

No presente trabalho buscamos identificar (e caracterizar) alguns dos princípios teórico-metodológicos que, no Brasil, regem os estudos comunicacionais patrocinados pelas armações das Mediações e da Mídiatização. A análise motivadora desse relato não opera a partir da checagem de uma lista de presenças e/ou ausências (destes princípios teórico-metodológicos, neste ou naquele estudo), mas, via uma arquitetura de conteúdos que permite identificar esses procedimentos em seu funcionamento, em sua ação, na construção/composição de um universo compreensivo próprio. Os cinco princípios que aqui trazemos, apesar de identificáveis, não possuem valências fixas e, deste modo, não podem ser tomados como leis absolutas capazes de produzir determinado tipo de resultado, informação e/ou (re)conhecimento. Compreendê-los, portanto, em seu funcionamento e conforme suas estratégias de interação implica toma-los antes como indicadores na tentativa de evitar mais uma leitura externa acerca das Mediações e da Mídiatização.

**PALAVRAS-CHAVE:** Teoria das Mediações; Teoria da Mídiatização; Princípios teórico-metodológicos.

### **CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES**

Discutir os princípios teórico-metodológicos comuns entre as armações das Mediações e da Mídiatização é o que nos desafia neste trabalho. Situar estes princípios no universo de pesquisa do Campo de Estudos do Comunicacional implica, porém, trabalhar com alguns preceitos os quais passaremos a detalhar na sequência.

Aqui, como bem coloca Silva (2010, p.16), tomamos a teoria enquanto lente que deforma, conforma, reforma, informa e dá forma ao que se observa (enquanto pré-conceito, conceito a priori); e, a metodologia como uma lente de apoio a qual permite a teoria formatar o vivido.

Em nossa proposta, admitimos a priori, que a(s) lente(s) que tomamos (as quais conformam, reformam e informam o que observamos) são forjadas no interior dos construtos teórico-metodológicos que aqui manipulamos. São forjadas no interior das Mediações e da Mídiatização. Nela, não tomamos as técnicas metodológicas como neutras. Sabemos que elas ao mesmo tempo em que permitem (autorizam) a investigação, restringem o campo dos fenômenos a nós acessíveis (KUHN, 2009, p.94).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 24 a 26 de maio de 2017.

<sup>2</sup> Professor Doutor do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo na Universidade Federal de Roraima – UFRR, vjrsanti@gmail.com;

---

Tais lentes, “apesar” de lentes (admitimos), não são, porém, estrangeiras; não são externas. Afinal, todos os seus ingredientes (preceitos e/ou princípios) estão contidos (expressos e/ou submersos) no interior das armações que aqui nos guiam. Juntas elas formam a carta de princípios teórico-metodológicos que aqui apresentamos.

Os escritos que utilizamos na ilustração desses princípios foram escolhidos a partir de uma investigação preliminar. Tal investigação esteve calcada na seguinte estratégia: pautou-se pelo acesso aos estudos comunicacionais (catalogação) que, na América Latina (especialmente no Brasil), tem as discussões acerca das Mediações e da Midiatização como centrais. Nesse empreendimento trabalhamos com textos que registram o pensamento acerca desses construtos, utilizamos como técnica de investigação a revisão de literatura, e, como instrumento de observação e codificação das categorias de análise indicadores descritivos inspirados em Duarte (2007).

Buscamos aqui trilhar um percurso combinando dois trajetos fundamentais: um relacionado ao contexto histórico-referencial dos escritos que tomamos (antecedentes, origem, definições, características, problemas etc.); e outro, de corte mais descritivo-analítico, contemplado pelos indicadores descritivos que elencamos.

Nosso esforço, nesse sentido, foi dotar a discussão de um instrumento de registro específico que procurou combinar três tipos diferentes de evidências: evidências relacionadas a fatores exteriores e/ou de contexto; relacionadas ao conteúdo específico das obras manipuladas; e à construção dos princípios referenciais aclarados.

Obviamente que este procedimento de seleção que implica destacar alguns pontos implica subvalorizar outros. Esta indicação, porém, se pauta pelo que podemos qualificar como diferenciação analítica em três planos distintos: das pressões que vem de fora (externas); das mediações que operam por dentro das teorias e/ou dos construtos teóricos manejados; das operações de afirmação reafirmação de seus postulados, até então bloqueados pelos chamados “pré-conceitos”.

Esta estratégia permite-nos aspirar construir uma carta de navegação outra; autoriza-nos a buscar um novo do mapa que pode auxiliar na exploração macro do Campo Comunicacional. Tal construção é carregada com certo grau de pragmatismo. Ela não se preocupa, porém, em apenas isolar os princípios metodológicos que aqui apresentamos, busca também materializar as estratégias de interação entre eles – de uma forma viva – a fim de dar conta de como opera o seu reconhecimento.

A análise, portanto, não opera a partir da checagem de uma lista de presenças e/ou ausências de tais princípios metodológicos, mas via uma arquitetura que, junto com suas matérias significantes, permite identificar esses princípios em seu funcionamento, em sua ação na construção/composição de um universo compreensivo.

Porém, assim como no mapa noturno de Martín-Barbero (2009), não podemos sonegar que até mesmo na formatação de tais princípios metodológicos, precisamos avançar tateando – identificando ao experimentar e experimentando ao identificar.

A presente carta de princípios não pretende, desse modo, seguir um procedimento burocrático, classificatório, nem reduzir a problemática teórico-metodológica (a nossa problemática) a uma mera readequação de conceitos, como bem lembra Maldonado (2006, p.03). Ela pretende antes, emprestar materialidade a um esforço sistemático de exploração, aprofundamento e compreensão dos tecidos de ideias e conceitos que circulam na orbita das teorias das Mediações e da Miatização.

## **CARTA DE PRINCÍPIOS**

### **1. Princípio da Historicização**

Relacionado à caracterização histórica dos fenômenos este princípio, de acordo com Martín-Barbero (2009, p.31), é essencial nas análises já que, para “fazer” a história dos processos precisamos “refazer” a história das categorias com as quais analisamos e das palavras com quais nomeamos os processos.

A historicização das ideias, conceitos e/ou teorias é, portanto, fundamental para tentar minimizar a opacidade e/ou ambiguidade nos estudos que os manipulam. O percurso ideal, nesse processo de resgate histórico implica em acompanhar o movimento de gestação dos conceitos junto com o tecido de significados e de referências de que eles são feitos. Historicizar os termos em que se formulam os debates é, portanto, uma forma de acesso aos combates, aos conflitos e lutas que atravessam os discursos e as coisas.

O princípio da historicização pretende, em um primeiro nível, resgatar a história do reservatório de conhecimentos desenvolvidos. Isso, conforme Martín-Barbero (2009, p. 17), possibilita uma leitura transversal das concepções e permite, além de perseguir sua “coerência”, questionar o movimento que constitui tais posições; permite redesenhar os conceitos; e também mudar o lugar das perguntas – investigar os processos em articulação com as práticas e seus movimentos.

---

Tal princípio permite relacionar às pesquisas os diversos contextos (econômicos, sociais, políticos) em que eles se desenvolvem. Permite relacionar as investigações às suas matrizes culturais – às formas históricas de longa permanência. Permite ver também as brechas, as contradições, que por vezes podem ser até mais significativas que as próprias certezas; as regularidades e as irregularidades que encontramos nas análises (MARTÍN-BARBERO, 2009; MALDONADO, 1999).

Tal princípio nos permite identificar mais facilmente as rupturas, os modos de afirmação/reafirmação de uma concepção, além da própria história dessa relação, afinal, como lembra Martín-Barbero (2009, p.43) “algumas ideias são bem mais antigas do que costuma constar nos manuais”.

A articulação crítica, como uma forma de reestabelecer um tecido coerente entre as diferentes formulações é também prerrogativa contemplada pelo princípio da historicização. Já que como bem aponta Martín-Barbero (1978, p.14), as teorias também têm donos.

Conforme Maldonado (1999, p.281), este princípio nos permite pensar historicamente a problemática da Comunicação; criticar a concepção instrumentalista dos métodos; além de permitir pensar incorporar aos debates teórico-metodológicos referências meta-comunicacionais.

Historicizar é o primeiro passo para o desenvolvimento de ferramentas exploratórias que permitam não apenas estabelecer limites definitivos nos territórios de nossos saberes, mas, sobretudo, concentrar energias na compreensão das transformações das ideias e dos conceitos.

Operativamente a historicizar na pesquisa científica em comunicação alude à análise da composição textual, à análise dos textos que registram o pensamento acerca do comunicacional.

Historicizar, conforme Maldonado (1999, p.303), vai servir para ilustrar como se constrói o pensamento contemplado em um conceito, seu significado cultural nas diferentes épocas, suas relações com as transformações tecnológicas e o significado político de sua existência.

Historicizar, portanto não significa apenas falar da história dos meios, de sua autonomização e/ou de sua dependência frente as demais “forças sociais”. Significa antes recuperar a história nos processos comunicacionais: recuperar a história dos processos culturais, enquanto articuladores das práticas comunicativas; além de aclarar

a relação entre as práticas comunicativas e os movimentos da sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.130-131).

Hall (2003, p.413) já defendia que para se fazer um uso mais geral das ideias, precisamos desenterra-las de seus enraizamentos – precisamos historicizá-las.

Segundo Kuhn (2009, p.125), historicizar é, portanto, “pegar na extremidade oposta do bastão” e prestar mais atenção aos meandros dos processos que envolvem a manipulação de um mesmo conjunto de dados, que, por vezes, podem ser dispostos entre si conforme um novo sistema de relações, de acordo com um novo “emolduramento”.

Historicizar, portanto, implica demonstrar os enraizamentos que soterram as ideias, antes de tentar transplantá-las para um novo solo. Não se dirige apenas a indagar o que sobrevive da teoria (não é apenas fazer arqueologia), mas também, colocar a teoria em relação às suas matrizes e aos seus usos.

## **2. Princípio da Contextualização**

Para compreender adequadamente as questões é necessário, além de pesquisar o processo histórico, pesquisar os contextos culturais: as formas de vida, os sistemas e a realidade na qual a problemática do Comunicacional se configura. É preciso procurar pelos textos fundantes, mas também pelos elementos fora deles para dar conta dos seus desenvolvimentos – esta é a máxima que funda o princípio da contextualização.

Contextualizar implica trazer para a discussão elementos exteriores as obras, exteriores àqueles argumentos registrados nas obras. Elementos estes que configuram e emprestam unidade às análises comunicacionais e aos seus mecanismos de reconhecimento.

Esse impulso contextualizador permite vislumbrar uma concepção mais exploratória da pesquisa em comunicação. Esta operação ajuda a explicar os elementos configuradores do comunicativo e operativamente, implica ter presente nas discussões, no mínimo dois níveis – um nível mais geral, de contextualização externa; e um nível mais específico, que poderíamos chamar de contextualização interna.

O primeiro (contextualização externa) implica ter presente e trazer para a discussão os movimentos sociais macro, junto com suas implicações nas pesquisas (sejam elas políticas, econômicas, sociais, tecnológicas etc.). No segundo nível, contextualizar implica posicionar (com maior precisão) qualquer problemática

comunicacional, qualquer discussão acerca da comunicação, dentro do seu próprio Campo. Implica definir com maior clareza as coordenadas de determinada problemática, a posição que ela ocupa no universo de saber.

É a observância das recomendações do princípio da contextualização quem vai nos permitir acessar melhor os espaços (o habitat, a fábrica, o bairro, a prisão etc.) onde o processo de comunicação se realiza.

Contextualizar pressupõe, portanto, emprestar visibilidade as formas de ancoragem das ideias e/ou conceitos – seja através da referência a pessoas, obras, datas e/ou espaços (insumos reconhecíveis como existentes).

Falar em contextualização enquanto princípio metodológico pressupõe prestar atenção aos múltiplos movimentos de conjuntura, às múltiplas ordens conjunturais e/ou aos múltiplos contextos passíveis de sua ocorrência (contexto cultural, contexto econômico, contexto político, contexto midiático etc.). Já prestar atenção aos múltiplos contextos é prestar atenção às condições externas que podem ajudar a transformar determinada ideia, conceito e/ou teoria.

Tal estratégia, segundo Maldonado (2006, p.275), implica planejamento, aproximação, reconhecimento, observação, experimentação, vivência. Implica a busca de “caminhos de reflexão”; implica análise e sistematização dos elementos do contexto que são importantes na investigação.

Elencar elementos que propiciem gerar o que Maldonado (2006) chama de “contextura” particular de investigação, é, portanto, um dos elementos que nos forçaram tomar a contextualização enquanto princípio teórico-metodológico nesta armação. Pois é a contextualização que também possibilita a observar o seu oposto – o grau de “desferencialização” das ideias, conceitos e/ou teorias.

Em última análise é ela (a contextualidade) que permite avaliar o grau de dependência/independência, o grau de perda das referências externas dos construtos.

### **3. Princípio Culturológico**

Como todo ato de comunicação é um ato de cultura; como investigar os fenômenos comunicacionais envolve estudar a de perto a “fisionomia da cultura” (na qual tais fenômenos se processam); e como, estudar a cultura exige atentar indispensavelmente às questões da comunicação, a culturalidade também emerge como um dos princípios teóricos-metodológicos para entrever Mediações e Miatização.

---

Atentar, portanto, a culturalidade nos leva nas análises a direcionar o olhar às chamadas “competências culturais” em um primeiro plano e aos “imaginários coletivos” num segundo momento.

A divisa principal do princípio culturoológico é, portanto, a máxima que postula investigar a comunicação a partir da cultura e o princípio culturalista pretende centrar foco no paradigma cultural em vigor – paradigma este que tem na comunicação, situada para além dos meios (junto aos mediadores e aos contextos), o seu centro.

Creemos assim que é a observância das recomendações do princípio culturoológico quem vai nos permitir acessar as matrizes culturais que interferem no processo de comunicação (de classe, território, etnia, religião, sexo, idade etc.). É ele quem se preocupa, por exemplo, em dar conta dos (novos) processo de produção e circulação da cultura patrocinados pelo comunicacional.

É o princípio da culturalidade, que torna possível operacionalizar o descobrimento das matrizes mediante as quais se organiza/funciona o processo de comunicação. Indica, portanto, que é fundamental assumir a cultura como espaço estratégico de criação e apropriação, de ativação da competência e da experiência criativa dos sujeitos envolvidos no processo comunicativo – enquanto espaço de reconhecimento das diferenças (do que culturalmente são e fazem os outros).

É ele quem fornece os insumos básicos para que possamos começar a compreender o sentido as mudanças da Comunicação em consonância com as transformações do tecido coletivo – em paralelo às transformações das formas de viver (de habitar, trabalhar, brincar etc.). É ele quem nos permite antever, para tentar entender/explicar, a trama comunicativa da cultura.

#### **4. Princípio Etnográfico**

Para melhor adequação das pesquisas acerca do comunicacional, outro pressuposto que, acreditamos, deve também ser considerado é a etnografia – etnografia não enquanto método puro e simples, mas, enquanto princípio de um modelo metodológico próprio à problematização da Comunicação.

A reconstrução etnográfica das práticas comunicacionais (junto com a reconstrução histórica) permite, dentre outras coisas, prestar atenção às rotinas, as alterações cotidianas ocasionadas/resultantes da relação dos sujeitos via comunicação e/ou dispositivos comunicacionais.

A adoção desse pressuposto metodológico admite a priori que sem comunicar não há sujeito. A perspectiva antropológica e/ou etnográfica ajuda na descrição densa do comunicacional, necessária para dar conta da complexidade dessa prática, das suas situações de interação e dos seus campos de sentido (GEERTZ, 1978).

Como a definição do sujeito se encontra na raiz do método de trabalho etnográfico, podemos então especular que é de bom tom adotar os preceitos da etnografia como princípio metodológico na análise/problematização do comunicacional em sua relação com a cultura. Afinal, só poderemos bem compreender as mudanças nos modelos culturais, nos modelos de comunicação, se prestarmos atenção naquilo que ocorre com os sujeitos, na cotidianidade das práticas dos sujeitos.

Tomar o princípio etnográfico, como princípio teórico-metodológico para análise do comunicacional, implica, portanto, também reconhecemos o cotidiano – a dimensão do cotidiano dos sujeitos – como espaço essencial de problematização. O capital nesse quesito é prestar atenção nos modos de ver, sentir, agir (consumir) que no cotidiano são impactados pela atuação dos dispositivos comunicacionais e/ou até mesmo reconfigurados através das práticas cotidianas de comunicação.

Creemos, e em conformidade com Maldonado (1999, p.295), que a “indagação etnográfica” (sugerida também por Martín-Barbero), é um instrumento valioso na problematização do comunicacional. As respostas fornecidas por esta forma de abordagem podem, afinal, permitir a configuração de “guias de observação”, as quais, mesmo partindo do registro (da gravação) dos modos cotidianos de comunicação, podem ajudar na combinação/confrontação dos dados recolhidos (sejam eles de cunho qualitativo e/ou quantitativo) e na problematização do comunicativo.

Ir ao encontro das pessoas, das suas formas de ver, ler, viver e contar – essa é a recomendação primeira desse princípio. O princípio etnográfico não evidencia nada além da importância dos atores sociais – dos seus conflitos, dos seus encontros e desencontros, de sua cotidianidade – na cotidianidade das práticas comunicacionais. Ele tenta, depois de reconhecer o seu protagonismo, evidenciá-los também nas práticas de pesquisa (científica) em comunicação.

O princípio etnográfico é o pressuposto que visa dar conta mais de perto da realidade empírica e de sua particular construção. Isso só é possível mediante a recuperação da implicação, da participação, do comprometimento dos atores nas práticas de comunicação e de pesquisa em comunicação.



A eleição do princípio etnográfico permite, ao cotidiano inundar as discussões acerca do comunicacional. Possibilita indagar o que, na comunicação, há do mundo comum da gente comum. Em grande medida é o princípio etnográfico, e o estranhamento que ele provoca, quem propicia a problematização (de uma forma conveniente) das mudanças tecnoperceptivas por que passam os sujeitos envoltos pelo comunicacional. É este estranhamento que, conforme Martín-Barbero (2004, p.29), pode se transformar em calafrio e depois em ruptura.

É o princípio etnográfico quem permite atentar também ao que Freire (1987; 1996) chamou de inconclusividade da experiência; atentar aos movimentos progressivos de construção do saber operados no cotidiano – para os quais é fundamental conhecer o já existente, mas também estar aberto à produção de um conhecer que ainda não existente.

O princípio etnográfico permite prestar melhor/mais atenção às práticas e menos as estruturas. Ele permite que pensemos acerca da disciplina do conjuntural, do conjuntural no cotidiano.

Portanto, prestar atenção no cotidiano é prestar atenção nas práticas, nos usos, nas apropriações. É prestar atenção das hibridações que o cotidiano provoca/produz. O princípio etnográfico toma o cotidiano, inundado pelo comunicacional, como locus preferencial de estudo. Toma o “palimpsesto do cotidiano”, como eixo de mirada primordial (LOPES; BORELI & RESENDE, 2002, p.367).

## **5. Princípio Praxiológico**

Vêm de Benjamim as linhas mestras da discussão metodológica preocupada com a combinação da teoria com a prática – comprometida com a práxis. É dele também que vertem as discussões que nos levam a apontar, nesta carta de princípios, o princípio praxiológico como importante insumo norteador das discussões acerca do comunicacional.

Comprometer-se com a práxis, e/ou com o princípio praxiológico, em uma investigação permite-nos acessar, conforme Maldonado (1999, p.123) as redes de contradição estabelecidas entre as teorias e seus procedimentos e, assim, melhor reconstruir tanto as teorias, quanto os próprios procedimentos de investigação que elas mobilizam.

---

Permite-nos mais facilmente costurar o reencontro entre método e situação, refletir melhor acerca das delimitações entre teoria e prática; sobre o lugar teórico e o sentido das perguntas e dos problemas; sobre a trama de ambiguidades que deslocam as saídas; e sobre a pertinência (ou não) das respostas oferecidas.

O princípio praxiológico está ligado à exigência que permanece em nossos estudos acerca da construção de uma pragmática que dê conta de como opera o reconhecimento. Exige a busca por uma arquitetura que vincula os diferentes conteúdos às diversas matérias significantes.

A práxis permite perceber um mundo no qual cada elemento não tem mais valências fixas; onde cada elemento se define tanto por sua arquitetura interna, quanto por seu lugar em uma “grade”; onde há necessidade permanente de se reconstruir um sistema em cada território.

Tal reconhecimento aqui significa interpelação, pois “re-conhecer”, na práxis, é também uma questão acerca dos sujeitos e do seu modo específico de se constituir. O princípio praxiológico (a práxis) permite a pesquisa em Comunicação cogitar aproximar, de forma mais consistente, objetivos e objetos. Permite realizar o que Maldonado (1999) chama de “tradução metodológica” – permitem estruturar com maior facilidade os chamados “problemas-objeto” nos empreendimentos de pesquisa.

A práxis carrega consigo pitadas de operatividade, de funcionamento. Enquanto pressuposto teórico-metodológico, preocupa-se também com o movimento (com a operação) e a elege como um ingrediente essencial na construção de uma visão mais esclarecedora acerca dos problemas comunicacionais.

O princípio da práxis possibilita então, ao mesmo tempo, a imersão em profundidade e o distanciamento (a colocação em perspectiva) – tanto na dimensão objetiva, quanto dimensão subjetiva – as quais dão forma à percepção do comunicacional.

Uma aproximação praxiológica defende, deste modo, que os avanços teóricos, obtidos através da reflexão acerca da comunicação, devem tornar-se operativos e traduzíveis na prática. Postula que não deve mais existir confronto entre teoria e prática, mas contribuições teóricas destinadas a fecundar a ação em si mesma, bem como contribuições práticas destinadas a fecundar a teoria.

Ele pretende, em última análise, trazer para o campo de debates uma perspectiva de ação, uma perspectiva de análise do presente articulada à vontade de transformação.

Acessar a práxis se relaciona com a preocupação de se emprestar o máximo de “concretude conceitualizável” às ideias e/ou aos conceitos manipulados, diz Braga (2006, p.179).

O princípio praxiológico aventa a possibilidade de se distinguir entre as práticas como execução/reinterpretação e a práxis como transformação da conduta com vistas à transformação das estruturas objetivas.

O princípio praxiológico implica, portanto, respondermos para que serve determinada ideia, conceito e/ou teoria. Tal procedimento desloca o eixo de gravidade da reflexão – do conhecimento “feito” para o conhecimento no “processo de se fazer”; do conhecimento “realizado” para o “conhecer como prática social”; do “conhecimento” para o “ato de conhecer”. Afinal, conforme Freire (1976), pensar a prática de hoje não é apenas um caminho eficiente para melhorar a prática de amanhã, mas também uma forma eficaz de aprender a pensar certo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como vimos, metodologia aqui se relaciona ao conjunto de técnicas/procedimentos que nos auxiliaram na produção de nosso “descobrimento”; ao conjunto que técnicas/procedimentos que permitiram as nossas respostas aparecer. Método, nestes termos, significa então “caminhada” – diz respeito à descrição do que foi feito para tornar “desencoberto” aquilo que antes estava “encoberto” (SILVA, 2010, p.18-22); soterrado por entre os detritos dos construtos teórico-metodológicos das Mediações e da Mdiatização.

Metodologia e/ou técnica metodológica, nessa perspectiva, não podem mais ser tomadas como um simples meio. Elas são antes “formas de desencobrimento”; um recurso que permite ao encoberto vir à tona (SILVA, 2010).

A metodologia deve trazer consigo uma série de indicadores que apontam como ela faz para “descobrir” o que se achava “encoberto” – como faz para permitir a emergência do encoberto; como faz um objeto falar; e, como fez para transformar o correto do objeto no verdadeiro da empresa científica (empresa que aqui nos interessa diretamente).

Creemos nesse sentido que, uma “boa” metodologia só se faz possível de configuração se estiver diretamente vinculada a um referencial teórico; ao referencial

teórico problematizado em uma pesquisa. Neste trabalho obedecer esse preceito é condição fundamental.

Trabalhar assim nos permitiu cumprir minimamente a máxima de Morin (1999) que recomenda “teorizar com o método” (junto com o método) e, ao mesmo tempo, “metodologizar com a teoria” (junto com a teoria). Trabalhando dessa forma, além de indicar, de desenhar nossa carta metodológica (intento que nos dispomos a cumprir na presente seção) acreditamos que permitimos aos nossos princípios metodológicos florescer.

Permitimos, ao mesmo tempo, des(en)cobrir eles e des(en)cobrir com eles, sem asfixiá-los em uma camisa-de-força chamada método. Afinal, o método com o qual aqui trabalhamos traduz sim uma visão de mundo e serve (ele também), invariavelmente, como instrumento de descoberta (SILVA, 2010, p.92).

Buscamos aprender, na montagem desta carta de princípios metodológicos, a reconhecer como causas aquilo que costumeiramente tomávamos como efeitos. Isto implicou aprendermos a (re)ordenar nossas próprias ideias; implicou na tentativa de construir algo que também sirva para os outros.

Esta pretensão sistematizadora (impulso para organizar ideias) não significa, porém, que podemos “controlar” a pleno as reações de nosso objeto. Exige antes lançarmos mão de estratégias para elucidação dos princípios de um “sistema observador” (MORIN, 1999) – um sistema observador que ao mesmo tempo patrocina e exige um novo modo de fazer saber; exige o repensar do próprio pensamento.

Método não é aqui, portanto, um receituário de tarefas, nem simples técnica. Teoria e método se comunicam; associam-se e se transformam de maneira recíproca – estabelecendo uma relação de tipo recorrente. A teoria aqui se confunde com o método.

Nesse sentido não podemos deixar de admitir que o quadro teórico-metodológico que sustenta a presente argumentação se trata de uma estrutura aberta, que visa minimizar o famoso desencontro entre “método e situação”. Nossa questão fundamental aqui não é, portanto, firmar/afirmar um (novo) esquema teórico-metodológico, mas construir/dar visibilidade (quem sabe) a uma nova forma de problematizar (de acessar) o Comunicacional via pegadas impressas pelas armações das Mediações e da Mídiatização.

Os princípios metodológicos que aqui tomamos, apesar de identificáveis, não possuem valências fixas. Não podem ser tomados como leis absolutas que se manejadas

produzem determinado tipo de resultado, informação e/ou conhecimento. O que importa aqui, mais do que a própria identificação de sua presença/ausência, é compreender como as coisas funcionam em seu funcionamento; quais os traços desse processo e quais os princípios que as regem.

Os princípios metodológicos que aqui apontamos, trabalham então mais como indicadores. Eles servem para se tentar evitar uma leitura externa das Mediações e da Mídiação – o que evita de colocar como pressuposto justamente o que deveríamos investigar (a posição efetiva que tais princípios ocupam no campo simbólico dos Estudos Comunicacionais).

Essa carta de navegação pressupõe, portanto, tomar a metodologia como um script (que exige interpretação) e não como carta magna (como receita, constituição e/ou legislação).

Creemos que assim, se não formatamos um mapa, ao menos apontamos indicadores de percurso que ajudam a explicar a complexidade da Comunicação. Esse desafio talvez possa ser enfrentado através de uma estratégia que combine apropriação, isto é, a ativação da competência explicativa dos diferentes princípios; a socialização da experiência criativa de ambos os eixos; junto com o reconhecimento das diferenças entre ambos; possa ser enfrentado através de um olhar transversal que consiga, ao mesmo tempo, apontar os pontos de contato e os possíveis limites desta linha de abordagem.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

DUARTE, Gustavo León. **Escola latino-americana de comunicação: a nova hegemonia**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/ Universidade Metodista, 2007.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. São Paulo: Paz e Terra, 1987.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

---

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. Lisboa: Guerra e Paz, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELI, Silvia Helena Simões & RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Comunicación Masiva: Discurso y Poder**. Quito: Ciespal, 1978.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MALDONADO, Alberto Efendy. **Pesquisa teórica em comunicação na América Latina – estudo de três casos relevantes: Verón, Mattelart e Martín-Barbero**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), São Paulo: ECA-USP, 1999.

MALDONADO, Alberto Efendy [et.al]. **Metodologia de pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MORIN, Edgar. **O método 3 – O conhecimento do conhecimento**. Porto Alegre: Sulina, 1999.

SANTI, Vilso Junior. **Mediações e Mdiatização: conexões e desconexões na análise do comunicacional**. Tese (Doutorado em Comunicação). Porto Alegre: PUCRS, 2013.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: como pesquisar e escrever textos acadêmicos sem medo da ABNT e da Capes**. Porto Alegre: Sulina, 2010.